



Neue Prioritäten zur Sicherung der Geschäfts- kontinuität von Finanzdienst- leistungsunternehmen

INHALT

Überblick	3
Wirtschaftliche Turbulenzen erzwingen Umdenken im Hinblick auf Technologien und Prozesse	5
Neue digitale Ansätze im Bereich Banking Content	6
Neue digitale Ansätze im Bereich Banking Content, Forts.	8
Denken Sie Digitalisierung über Automatisierung hinaus	10
Um die Geschäftstätigkeit zu erhalten, müssen Sie offen sein für Veränderung	11
ABBYYs Digital Intelligence-Plattform	13

Überblick

Nachdem wir nun seit einigen Monaten mit der COVID-19-Pandemie leben, ist es sehr deutlich geworden, dass das Virus die Regeln für unsere sozialen Interaktionen, unsere Geschäftsprozesse, Kundenbeziehungen und Technologien völlig neu schreibt.

Während andere Krisen (die Bankenkrise von 1987, der 11. September, die Hypothekenkrise von 2007/2008) ein radikales Umdenken im Bereich der Geschäftsprozesse und Technologien bewirkt haben, hat die aktuelle Krise eine völlig neuartige Dimension, die einzig und allein mit der unsichtbaren Bedrohung einer Ansteckung und der Dringlichkeit, diese zu vermeiden, zu tun hat. Social Distancing, kontaktlose Interaktionen und ein stärkerer Fokus auf digitale Kommunikationstechnologien (z. B. Telekonferenzen, Networking, Smart Apps usw.) verändern bereits nahezu jede Branche, vielleicht aber nirgends stärker als im Finanzdienstleistungssektor.



Dort, wo die digitale Transformation sich schon jetzt als führendes Modernisierungsparadigma durchgesetzt hat, hat die Coronakrise den Blick und die Prioritäten noch stärker auf smarte Technologien gelenkt, wenn es darum geht, die Geschäftskontinuität zu sichern. Allerdings wird dabei immer deutlicher zwischen „Technologien“ und „Digitalisierung“ unterschieden. Ein kürzlich vom Bank Administration Institute (BAI) veröffentlichter Artikel macht deutlich, wo sich die digitale Transformation von der reinen Technologieanwendung abspaltet:

Vom Standpunkt der aktuellen Entwicklungen aus kann nahezu alles digitalisiert und automatisiert werden. Doch nur, weil man es kann, bedeutet das nicht zwangsläufig, dass man es auch tun sollte. Oder anders gesagt: Was gut funktioniert, muss nicht repariert werden. Die Verantwortlichen im Finanzwesen sollten alle Möglichkeiten der Digitalisierung durchgehen und die Projekte auswählen, die ihnen den größten Mehrwert versprechen. Digitale Lösungen machen die Arbeit einfacher, schneller und präziser – aber das macht diese Lösungen nicht automatisch transformativ oder effizient. Was die digitale Transformation nicht ist:

- Eine App oder Hard- bzw. Software
- Eine Reihe generationeller Updates in der Informationstechnologie
- Eine digitale Reproduktion manueller Prozesse oder Papierdokumentenströme

Die digitale Transformation ist und leistet ganz einfach mehr. Transformative Technologien schaffen digitale Effizienz: Sie beschleunigen Information, liefern tiefere Einblicke und ermöglichen fundierte Entscheidungen.

Quelle: BAI Banking Strategies Executive Report: „Digital Transformation Takes on New Urgency“, April 2020, S. 4.

Immer deutlicher wird die Abspaltung der „Digitalisierung“ von der reinen „Technologie“ aufgrund der Notwendigkeit, die Automatisierung um ihrer selbst willen in Frage zu stellen: Es geht nicht nur darum, durch die Automatisierung mehr Effizienz in bestehende, häufig fehlgeleitete Prozesse zu bringen, sondern vielmehr darum, umzudenken und Inhalte und Prozesse auf intelligente Weise anzugehen. Wie sieht die Interaktion zwischen Ihren Mitarbeitern, Prozessen und Daten aus? Wie effektiv treibt der Content den Prozess voran und produziert hilfreiche Informationen für die Entscheidungsfindung? Für Banker stellen diese Fragen den Entscheidungsrahmen für ihre wesentlichen Geschäftsfunktionen, Operationen, die regulatorische Compliance sowie Kriminalitäts-/Betrugserkennung und -bekämpfung dar.

Wirtschaftliche Turbulenzen erzwingen Umdenken im Hinblick auf Technologien und Prozesse

Der Finanzdienstleistungssektor wird derzeit in nie da gewesenem Maße von geschäftlichen Ausnahmesituationen betroffen: eine Flut neuer Anträge für Kredite, Refinanzierungen, Stundungen und Darlehen als Einkommensersatz/zur Sicherung des Fortbestands von Unternehmen – und all das zusätzlich zu den alltäglichen Interaktionen.

Dabei muss aber außerdem das Social Distancing eingehalten werden, was eine rasche und grundlegende Neubewertung und Umstellung von Prozessen erfordert, auch in der Art und Weise, wie Technologien genutzt werden. Nirgends ist dieses Problem akuter als beim Content (Dokumente, unstrukturierte Nachrichten, Korrespondenz), der diesen geschäftlichen Interaktionen zugrunde liegt.

Bei Dokumenten geht es heute nicht mehr einfach nur um die automatische Extraktion von Daten, sondern darum, enthaltene Informationen (den Kontext, die Absicht, Verhaltensmuster) zu verstehen, die auf verdächtiges Verhalten hindeuten können und für die KYC/AML-Bekämpfung (Know Your Customer/Anti-Money Laundering) und LIBOR-Compliance wie auch zur Einschätzung der Kundenbedürfnisse unerlässlich sind. In unserer heutigen Welt bedeutet Digitalisierung eine

intelligenter Herangehensweise an die Verbindung zwischen Prozess und Content, um mit ihrer Hilfe Hinweise auf bestimmte Verhaltensweisen zu finden. Diese Verhaltensweisen können in jeden Bereich hineinspielen, vom Verbraucher über den Service bis hinein in den Betrieb, und zu Verzögerungen bei der Entscheidungsfindung, beim Erbringen von Dienstleistungen oder der Sicherstellung einer einwandfreien Compliance und damit zu hohen Strafen und Verlusten durch kriminelle Handlungen oder Betrugsversuche führen. Dieser neue Ansatz im Hinblick auf die Digitalisierung inhaltsbasierter Prozesse kann als Content Intelligence beschrieben werden. Anstatt bestehende Prozesse einfach nur zu automatisieren, denkt Content Intelligence inhaltsbasierte Prozesse völlig neu aus der Perspektive der kontaktlosen Interaktion und des dafür erforderlichen Umgangs mit Content.

Mit dem exponentiellen, durch COVID-19 verursachten Anstieg der Nachfrage nach neuen Krediten, Stundungen und Unternehmensberatung kommen weitere Bedrohungen hinzu, vor allem in den Bereichen Betrug, Terrorismus und Geldwäsche.

Heutzutage müssen Finanzdienstleistungsunternehmen einem Ansturm an exponentiell gestiegenen Geschäftsaktivitäten, der entsprechenden Menge an zu verarbeitenden Dokumenten, Personalmangel und Mitarbeitern im Homeoffice die Stirn bieten. Ein einfaches Dokument wie eine Meldebescheinigung, ein Beschäftigungs- oder Einkommensnachweis enthält sowohl Daten, die zu Dokumentations- und Kundenbindungszwecken extrahiert werden müssen, als auch Informationen, die nötig sind, um Entscheidungen zu treffen oder verdächtige Verhaltensweisen und Aktivitätsmuster aufzudecken.

Neue digitale Ansätze im Bereich Banking Content

Während die Automatisierung auf Daten beruht, wird die Digitalisierung von Informationen vorangetrieben. Dieser Unterschied wird im Finanzdienstleistungssektor vor allem zwischen der Einführung neuer Technologien und einer echten Digitalisierung deutlich. Mit den Fortschritten in den Bereichen der künstlichen Intelligenz (KI) und des maschinellen Lernens (ML) hat sich uns die Möglichkeit eröffnet, über die reine Datenextraktion hinauszugehen und Entitätsidentifizierung und Verständnis in unsere Prozesse zu integrieren.

Gleichzeitig werden diese neuen Fähigkeiten immer ausgereifter und sind in der Lage, während der Verarbeitung zu lernen. Sie können von Laienentwicklern (sog. Citizen Developern) schneller umgesetzt und besser in Geschäftsprozesse integriert werden. Wir sprechen in diesem Fall von Content Intelligence – intelligenteren, von digitalen Entitäten gesteuerten Fähigkeiten, die für eine effiziente Verarbeitung riesiger Mengen komplexer und unstrukturierter Dokumente ausgelegt sind, die im Zentrum der Prozesse von Dienstleistungsunternehmen stehen. Da sich Geschäftsbedingungen heute rapide verändern und neue Arten von Dokumenten in großen Mengen auf unsere Kernprozesse einströmen, wird die schnellstmögliche Nutzung der Content Intelligence statt noch effizienterer OCR-Tools zu einer Frage des Überlebens, um die Geschäftskontinuität in diesem durch das Coronavirus definierten „neuen Normalität“ zu sichern.

Anwendungsmöglichkeiten für Content Intelligence im Finanzdienstleistungsbereich:

Know Your Customer

Finanzkriminalität in Form von Terrorismus, Geldwäsche und Betrug besteht in den meisten Fällen darin, die Prozesse von Banken zu täuschen oder in den erforderlichen Dokumenten falsche Informationen anzugeben. Diese Dokumente mögen unauffällig erscheinen, können aber betrügerische Informationen enthalten, die dem normalen Datenscreening entgehen. Da KYC/AML-Verstöße aufgedeckt werden können, indem man fragwürdige Interaktionen zwischen Kunden und der Bank findet, besteht ein erster entscheidender Schritt in der Bekämpfung dieser Delikte darin, zu verstehen wie und wo diese Interaktionen mit Prozessen ansetzen und die verdächtigen Inhalte in Umlauf gelangen.

Prüfung und Analyse von unstrukturierten Dokumenten

Wertvolle Fakten können in einer Vielzahl unterschiedlicher Quellen versteckt sein, beispielsweise in Verträgen. Mitarbeiter müssen diese Quellen dann durchgehen und Hunderte von Berichten, Vereinbarungen und anderen Datenquellen manuell vergleichen, was zu Fehlern führen kann und hohe Kosten für die Arbeitsstunden der benötigten qualifizierten Mitarbeiter verursacht. Zudem sind manuelle Untersuchungen dieser Art von Natur aus ungenau, inkonsistent und es besteht ein höheres Risiko, wichtige Details zu übersehen. Die Fähigkeit, diese und andere Datenquellen effizient analysieren zu können, kann dazu beitragen, dass Finanzdienstleistungsunternehmen fundierte Entscheidungen für bestehende und zukünftige Kunden treffen. Die Überprüfung von Verträgen wird umso dringender, als sich die Banken auf den LIBOR-Stichtag im nächsten Jahr vorbereiten und sie jetzt in Lösungen für eine intelligente Überprüfung von Verträgen zum Zwecke der Korrektur investieren müssen.

Verarbeitung von Hypothekendarlehen

Da die Operationen in diesem Bereich so dokumentenintensiv sind, ist eine Verschlanung des Antrags- und Genehmigungsprozesses für Darlehen durch eine automatisierte Klassifizierung und Extraktion von Dokumenten der Schlüssel zu einer Verbesserung des Kundenerlebnisses. Die aus der Darlehensakte gesammelten Daten werden an ein Scoringssystem weitergeleitet, das Informationen über die Kreditwürdigkeit eines Kunden liefert und Empfehlungen ausgibt, ob das Darlehen gewährt werden sollte. Gleichzeitig wird die Richtigkeit der Kundendaten überprüft, um die Kreditbedingungen zu bestimmen. Grundlage dafür ist eine Datei, die verschiedenste komplexe Dokumente unterschiedlicher Länge enthält, die in großen Mengen verarbeitet werden müssen.



Verarbeitung von Kreditanträgen

Mit den neuesten KI-, ML- und NLP-Technologien können Banken und Finanzinstitute automatisch Daten erfassen, Dokumente klassifizieren und Informationen aus Kreditkartenanträgen ziehen. Diese Daten können zusammen mit den begleitenden Dokumenten wie Passfotos oder Einkommensnachweisen schnell und einfach in die Datenbank des Kreditgebers eingegeben werden, um die Antragsgenehmigung zu beschleunigen.

Betrugsprävention und Risikomanagement

Die Digitalisierung hilft Banken, Kosten zu sparen und Auszahlungen zu beschleunigen und gleichzeitig Scheck-, Kredit- und Identitätsbetrug zu verhindern. Durch die Kombination von Process Intelligence mit einer gezielten Optimierung der Dokumentenprüfung mit KI-basierter Extraktion von Elementen reduziert die automatisierte und zentralisierte Verarbeitung von Dokumenten mit Abgleich von Kundeninformationen, Verhaltensmustern und KYC-Richtlinien den Anteil zeitaufwendiger und fehleranfälliger manueller Prozesse.

Neue digitale Ansätze im Bereich Banking Content, Forts.

Ein zweiter wichtiger Aspekt der Content Intelligence tritt mit dem aktuellen Bedürfnis zutage, das Finanzdienstleistungsgeschäft zum Zwecke der Geschäftskontinuität zu digitalisieren – insbesondere durch Verknüpfung bislang getrennter Prozessfunktionen wie der Arbeit im Kundenkontakt mit Bereichen der operativen Exzellenz und der regulatorischen Compliance. In den meisten Finanzinstituten findet kein Austausch zwischen diesen Funktionen statt, und nicht selten verfolgen sie gegensätzliche Interessen und Prioritäten im Hinblick auf Budgets und Technologien.

Die neue Generation von Führungskräften in der Branche ist sich jedoch der Tatsache bewusst, dass Kundeninteraktionen die Verhaltensmuster festlegen und reproduzieren, die eine entscheidende Voraussetzung dafür sind, sich gegen Kriminalität schützen und eine einwandfreie Compliance vorweisen zu können. In einem durchgängigen Prozess bedeutet Digitalisierung heutzutage daher Einfluss auf Kundeninteraktionen, die Prävention von Kriminalität und Compliance zu nehmen.

Die Corona-Pandemie hat alles verändert ... Auch diese Krise wird irgendwann vorbei sein, und die digitale Transformation wird weiter voranschreiten. Sie könnte sich in der Krise sogar beschleunigen, da wir Technologien nutzen, um von zu Hause aus zu arbeiten, uns mit Kollegen auszutauschen und einen immer größeren Teil unseres Lebens ins Digitale zu verlagern.

Die Unternehmen, die jetzt auf der digitalen Kurve zurückfallen, weil sie ihre IT-Budgets zu stark gekürzt haben, werden dann in Schwierigkeiten geraten.

Quelle: Forbes, „How CIOs Should Reroute Digital Transformation In The COVID-19 Crisis“, von Vijay Gurbaxani, 26. März 2020

Im Geschäftsleben ist es eine bekannte Tatsache, dass Krisen wie diejenige, die wir derzeit durchmachen, die wirtschaftliche Landschaft durchpflügen. Einige Unternehmen gehen daraus als Leader hervor, andere fallen zurück, viele verschwinden auch. Worin aber liegt der Unterschied zwischen diesen Unternehmen? Einfach gesagt darin, die Möglichkeiten zu erkennen und Geschäftsprozesse und Inhalte schnell anzupassen, um sich gegen die Konkurrenz durchzusetzen. In diesem Klima einer raschen globalen Veränderung werden Banken, die sich an die überlieferte Weisheit halten, dass Kundenservice, betriebliche Exzellenz und Compliance voneinander getrennte Funktionen sind, die wahren Verlierer sein. Die Leader hingegen werden diese entscheidenden Disziplinen nicht länger als vereinzelte Funktionen, sondern als voneinander abhängige Fähigkeiten betrachten und die „Digitalisierung“ auf genau dieselbe Weise angehen. Auch das BAI folgt dieser Einschätzung:

Leader denken, arbeiten und entscheiden auf eine andere Weise. Die meisten digitalen Fähigkeiten beschleunigen Prozesse, sparen Zeit und senken Kosten, aber digital effiziente Unternehmen gehen bei der Nutzung dieser Vorteile noch einen Schritt weiter. Sie befreien sich von dem, „wie es immer war“. Anstatt analoge Prozesse einfach nur zu digitalisieren, nutzen digital effiziente Leader Daten, um ihre zukünftigen Strategien zu entwickeln. Verknüpfte Echtzeitdaten liefern Einblicke, die Unternehmen helfen können, auf fundierte Weise neue Strategien zu finden, zu überprüfen und umzusetzen.

Quelle: BAI Banking Strategies Executive Report: „Digital Transformation Takes on New Urgency“, April 2020, S. 4.

Die Geschäftstätigkeit in der aktuellen Krise zu sichern und sich dabei schneller anzupassen als der Wettbewerb setzt voraus, Digitalisierung sehr schnell für das Management von Prozessen, Inhalten und Mitarbeitern einzusetzen. Intelligence steht dabei für den Unterschied zwischen der Extraktion und Nutzung von Daten zur Automatisierung und der Gewinnung transformativer Einblicke, die Funktionen in Fähigkeiten und Technologien in digitale Flexibilität verwandeln können.



Die Verarbeitung von Inhalten von Kunden und Partnern, die traditionell eine Backend-Funktion war, die in Scanning Center, BPOs, oder die neueren Scan-to-Archive-Operationen verlagert wurde, sind für die digitalen Unternehmen von heute nicht mehr angemessen. Leader bringen die Dokumentenverarbeitung als Kernfähigkeit direkt in den Prozess (vom Kundenservice über die Compliance bis zur Verbrechensbekämpfung). Und mit diesem neuen Ansatz der Content-Verarbeitung steigt das Bewusstsein dafür, dass auch Prozesserkennung, entitätsgesteuerte KI/ML-Prozesse, proaktive Transformation und objektives Monitoring digitale Kernkompetenzen werden müssen, um den Digital IQ des Unternehmens zu steigern.

Denken Sie Digitalisierung über Automatisierung hinaus

Um die Digital Intelligence eines Unternehmen zu steigern braucht es wesentlich mehr, als nur „in sich zu gehen“, „Prozesse zu automatisieren“ und „Dokumentdaten zu extrahieren“; es geht darum, neue Fragen zu stellen und die richtigen Tools zur Verfügung zu haben, um diese Fragen beantworten zu können:

Wie bringt Content den Prozess voran, statt wie zieht der Prozess Daten aus Dokumenten?

Wie können Prozesse besser visualisiert werden als in Form reiner Momentaufnahmen, damit der tatsächliche Fluss von Inhalten und menschlichen Interaktionen, von denen manche parallel und zu gegensätzlichen Zwecken erfolgen, von Anfang bis Ende sichtbar wird?

Nur indem sie sich diese Fragen stellen, können Banken ihre Kundeninteraktionen und ihre Content-Aufnahme aus dem Status quo befreien, der aus chaotischen Inseln der Datenproduktion besteht, bei der genau diese Daten im weiteren Verlauf für Compliance und die Erkennung von Straftaten nochmals interpretiert werden müssen, und der kostenaufwändige Mehrarbeit und Technologien erfordert, die in diesen Unternehmen immer mehr zum Problem werden.

Beschäftigungsstatus, Familienstand, Gesundheit und Meldedaten von Kunden sind lebendige, dynamische Informationselemente, wenn es darum geht, die Bedürfnisse dieser Kunden zu erfüllen, ihre Kreditwürdigkeit zu bestimmen und die Verpflichtungen des Unternehmens gegenüber Stakeholdern und Aufsichtsbehörden einzuhalten. Und doch betrachten so viele der Technologien, die eingesetzt werden, um Prozesse und die Aufnahme von Inhalten zu automatisieren, die als Status- und Identitätsnachweis

gelten (von Steuerformularen über Bescheinigungen und Rechnungen bis hin zu Kaufverträgen, Geschäftsverträgen und damit verbundener Korrespondenz), diese Inhalte als eindimensionale, statische Artefakte und nicht als lebendige Nachweise für Verhaltensweisen und wechselnde Bedingungen. Auch hier werden sich die neuen Leader in der Branche nicht mit alten Verhaltensweisen zufriedengeben, sondern hinterfragen, warum sie existieren und wie sie funktionieren.

Um die Geschäftstätigkeit zu erhalten, müssen Sie offen sein für Veränderung

Diese Fragen stehen im Zentrum der Überlegungen, inwiefern die Coronakrise schnelle Veränderungen in den wichtigsten Problem-bereichen des Finanzdienstleistungssektors erzwingt: der Sicherung der Geschäftskontinuität durch Ausgleich der Marktkräfte einer gesteigerten Nachfrage nach Krediten, Cash und Flexibilität und der Modernisierung von Technologien und Prozessen, um sich an die globalen Veränderungen im Geschäftsbereich anzupassen.

Beide Prioritäten zu bedienen und gleichzeitig den Kunden unter Bedingungen weiter zur Verfügung zu stehen, die eine neue Art des Social Distancing (einschließlich kontaktloser Kunden- und Dokumenteninteraktion und virtueller statt persönlicher Kontakte) erfordern, ist mittlerweile alltägliche Realität für Finanzdienstleister.

Bei diesem Balanceakt geht es ums Überleben. Die Leader werden in dieser Situation nicht davor zurückschrecken, sich unbequeme Fragen im Hinblick auf ihre Prozesse, Inhalte und Mitarbeiter zu stellen. Sie werden nicht nur nach vorn blicken, sondern, was noch wichtiger ist, nach den digitalen Fähigkeiten suchen, die sie brauchen, um ihre Anpassungsfähigkeit zu beschleunigen.

Diese Eigenschaften sind es, die die Leader von den Überlebenden oder den Opfern dieser Krise unterscheiden:

Finanzinstitute suchen ständig nach Wegen, den komplexen Anforderungen, wechselnden Kundenbedürfnissen und volatilen Märkten gerecht zu werden. Glücklicherweise kann die digitale Effizienz ihnen in dieser Hinsicht weiterhelfen – und gleichzeitig ihre Investitionsrendite erhöhen. Im Januar prognostizierte das Marktforschungs- und Beratungsunternehmen IDC, dass im Verlauf der nächsten vier oder fünf Jahre Unternehmen, die effektiv in Intelligence-Fähigkeiten investieren, eine Produktivitätssteigerung bei ihren Wissensarbeitern um 100 Prozent erleben werden. Im IDC Perspective Report „Future of Intelligence Defined“ beschreibt das Unternehmen eine Vielzahl sich daraus ergebender Vorteile, von kürzeren Reaktionszeiten über beschleunigte Innovation bis hin zu zufriedeneren Kunden und einer nachhaltigen Marktführerschaft. Was sind also die wichtigsten Erkenntnisse? Um wettbewerbsfähig zu sein, müssen Unternehmen Technologien einsetzen, die ihre Entscheidungsfähigkeit stärken und positive Ergebnisse erzielen.

Quelle: BAI Banking Strategies Executive Report: „Digital Transformation Takes on New Urgency“, April 2020, S. 4.



Aller Wahrscheinlichkeit nach wird auch die aktuelle Krise irgendwann überstanden sein, doch wie wird die neue Normalität dann aussehen? Zwar ist es schwierig, alle möglichen Ausgänge vorherzusagen, es wird aber zunehmend deutlich, dass die Digitalisierung in Zukunft eine Kernvoraussetzung darstellen wird. Unternehmen, die bereit sind, ihre überlieferten Ansichten darüber, wie ihre inhaltsbasierten Prozesse funktionieren (sollten), ergebnisoffen zu überdenken und sich besseren Tools zuzuwenden, um die nötigen Veränderungen umzusetzen, werden sich letztlich in der besten Ausgangsposition befinden, um das Rennen zu gewinnen.

ABBYYs Digital Intelligence-Plattform

Nur ABBYY kann Banken und Finanzinstituten helfen, ihre Transformation im Bereich Digital Banking mit einem dafür geeigneten Angebot zu beschleunigen:

- Einem Process-First-Ansatz, der die besten Automatisierungsmöglichkeiten anvisiert
- Einem hilfreichen Überblick über Ihre Prozesse, der aufzeigt, wo Zeit durch Engpässe, Redundanzen oder übersehene Prozessschritte verloren geht
- Integrierten OCR-Funktionen, die maschinengeschriebenen Text in mehr als 200 Sprachen, aber auch handgeschriebenen Text, optische Markierungen und Barcode-Werte extrahieren
- Vielseitigen APIs, die verschiedene PDF-Typen verarbeiten und gescannte Dokumente, TIFFs, JPEGs oder Nur-Bild-PDFs in durchsuchbare Dateien umwandeln
- KI und maschinelles Lernen für eine herausragende Erkennungsgenauigkeit für mehrsprachige Dokumente, um durchsuch- und bearbeitbare Dateien zu generieren, die dem Original genau entsprechen
- Einer schnellen, flexiblen und skalierbaren Verarbeitung dank Multi-Core-CPU, Cloud und Unterstützung virtueller Maschinen
- Eine moderne, visuell ansprechende Plattform mit niedrigeren Betriebskosten und schnellerem ROI

ABBYY Timeline

Entdecken Sie die Wahrheit über den Ablauf und die Leistung Ihrer Prozesse.

Zu wissen, wie Prozesse funktionieren und an welchen Stellen sie mit Hilfe smarter Technologien effektiv automatisiert werden können, ist das, was wir Process Intelligence nennen. Anders als die traditionellen Ansätzen wie Business Intelligence und Process Mining bietet Process Intelligence Unternehmen einen extrem effektiven Weg an, um Ineffizienzen, Zeitverschwendung, Engpässe und andere Probleme, die den Prozess belasten, zu lokalisieren, sodass die Automatisierung dort genutzt werden kann, wo sie die größte Wirkung erzielt.

ABBYY FlexiCapture

Erleichtern Sie sich die Dokumentenerfassung und -verarbeitung.

FlexiCapture hat die Fähigkeit der Finanzdienstleistungsbranche revolutioniert, die Dokumentenverarbeitung zu automatisieren und als durchgängigen Prozess zu verwalten, auf dessen Grundlage Geschäftsanwendungen, Operationen und Risikoeinschätzungen flexibel, erweiterbar und integrierbar aufbauen können. Von der Kreditbearbeitung bis zur Kundenaufnahme erfassen und verarbeiten Ihre Systeme Dokumente aus allen Arten von Quellen (Webportalen, Mobiltelefonen, E-Mails, Scans, Datentransfers usw.) auf mühelose Weise.

ABBYY Vantage

Machen Sie Ihre digitalen Mitarbeiter smarter.

Verbessern Sie mit Vantage die RPA-Effektivität bei der Automatisierung repetitiver inhaltsbasierter Aufgaben. Ihre digitalen Arbeitskräfte (Softwarebots) können nach Bedarf einzeln oder kollektiv mit Erfassungsfunktionen ausgestattet werden, sodass keine große Plattform mit komplexen Prozessen erforderlich ist, um nur eine einzige Funktion abzudecken.



Whitepaper © 2020 ABBYY USA Software House, Inc. ABBYY, ABBYY Vantage, Vantage und FlexiCapture sind entweder eingetragene Marken oder Marken von ABBYY Software Ltd. Alle anderen hier erwähnten Produktnamen, Marken und eingetragenen Marken sind Eigentum ihrer jeweiligen Inhaber. #11848

WWW.ABBYY.COM